

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran secara metode penelitian dan pembahasan serta hasil uji analisis data dengan SPSS, kemudian dapat ditarik kesimpulan hasil dan pembahasan diatas pada penelitian pengaruh *Live Streaming Selling*, *Discount*, Kualitas Produk terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna *e-commerce* di Kota Surabaya antara lain sebagai berikut :

1. Hasil analisis secara simultan (uji f) dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut :

Pengaruh Variable independent *Live Streaming*, *Discount*, Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent *Impulsive Buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.

2. Hasil analisis secara parsial (uji t) dapat ditarik kesimpulan, sebagai berikut:
 - a. *Live Streaming Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.
 - b. *Discount* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.
 - c. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* pada pengguna *e-commerce* Shopee di Kota Surabaya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Live Streaming Selling*, *Discount*, dan Kualitas produk dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap *Impulsive Buying*. Hal tersebut menunjukkan bahwa *Live Streaming* dapat

dijadikan sebagai media pemasaran untuk mempromosikan produknya secara langsung yang efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan dengan *Discount* juga sebagai cara promosi atau strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen secara *impulsive*. Serta dengan kualitas produk yang baik menjadikan daya tarik konsumen untuk membeli sebuah produk. Dan memanfaatkan kombinasi dari ketiga faktor tersebut yakni *Live Streaming Selling*, *Discount*, dan kualitas produk dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan pembelian *impulsive* dan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian pada penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan, antara lain sebagai berikut :

1. Dapat memperhatikan dan mengoptimalkan secara terintegritas dari adanya fitur *Live Streaming* sebagai media untuk memasarkan produk, dengan diskon - diskon sebagai salah cara promosi untuk daya tarik konsumen membeli, dan dengan kualitas produk yang baik dan menjaga kualitas produk serta terus meningkatkan kualitas produk untuk menciptakan strategi pemasaran yang efektif unuk dapat menarik konsumen untuk membeli dan meningkatkan penjualan produk.
2. Penjual perlu memperhatikan etika dan tanggung jawab dalam melakukan praktik penjualan yang sehat dan tidak merugikan konsumen.
3. Bagi penelitian berikutnya, disarankan dapat memberikan inovasi pada penelitian untuk memperluas peneletian, jumlah sampel serta variabel baru untuk menambah wawasan baru.